

Estravis Barcala, Julio César

"Nosotros 'llamamos' a esa gente": El público de la escena cultural independiente de Buenos Aires (2008-2013)

VIII Jornadas de Sociología de la UNLP

3 al 5 de diciembre de 2014

Cita sugerida:

Estravis Barcala, J. (2014). "Nosotros 'llamamos' a esa gente": El público de la escena cultural independiente de Buenos Aires (2008-2013). VIII Jornadas de Sociología de la UNLP, 3 al 5 de diciembre de 2014, Ensenada, Argentina. En Memoria Académica. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.4410/ev.4410.pdf

Documento disponible para su consulta y descarga en **Memoria Académica**, repositorio institucional de la **Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FaHCE)** de la **Universidad Nacional de La Plata**. Gestionado por **Bibhuma**, biblioteca de la FaHCE.

Para más información consulte los sitios:

<http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar> <http://www.bibhuma.fahce.unlp.edu.ar>



Esta obra está bajo licencia 2.5 de Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 2.5

"Nosotros 'llamamos' a esa gente": el público de la escena cultural independiente de Buenos Aires (2008-2013)¹

Julio César Estravis Barcala

Grupo de Estudios Culturales y Trabajo Artístico (GECTA) – Club Cultural Matienzo
Maestrando en Ciencias Sociales (UNGS-IDES)

Hacia fines de la década pasada apareció en Buenos Aires un conjunto de productores, artistas y colectivos que, nucleados en espacios físicos determinados, dieron forma a una escena cultural autodenominada “independiente”. A la sombra de Cromañón, esta escena se propuso generar una manera distinta de hacer cultura en la que el lucro no fuera la principal motivación, donde los talentos emergentes pudieran exponer su arte y en la que existieran lugares para poder simplemente *estar*, por fuera de la lógica totalizante del mercado. Si bien la existencia de productores y colectivos de trabajo artístico es fácil de distinguir, hablar de un público de la escena independiente es empíricamente más difícil. Basándome en un trabajo de campo cualitativo y cuantitativo de más de dos años en siete espacios culturales, siendo integrante de uno de ellos y, además, como parte de mi tesis de Maestría en Ciencias Sociales (UNGS-IDES), en esta ponencia presentaré argumentos en los dos posibles sentidos: o bien la escena independiente tiene un público propio, distinto del que va a “boliches”, y al que los productores dicen “llamar”; o bien estas personas alternan entre alternativas de ocio similares, en una ciudad-mercado colmada de ofertas.

¹ En esta ponencia retomo un fragmento de mi tesis de Maestría en Ciencias Sociales (UNGS-IDES). Cfr. Estravis Barcala (2014).

INTRODUCCIÓN

Todos los días, la ciudad de Buenos Aires aloja miles de actividades culturales en cientos de espacios, tanto de gestión privada como pública o del llamado “tercer sector” (Nazer y Moretta, 1997: 149). Al mismo tiempo, su vida nocturna es supuestamente una de las más activas del mundo: desde clubes de música electrónica (Gallo y Semán, 2009; Lenarduzzi, 2012) hasta bailantas (Silba, 2010), pasando por milongas (Carozzi, 2009) o bares para tomar unas copas. Las opciones parecen infinitas.

Hace cuatro años, un grupo de jóvenes productores culturales de la ciudad decidió reunirse para compartir sus problemas cotidianos y planificar acciones de cara al futuro. Nació el Movimiento de Espacios Culturales y Artísticos independientes (MECA). Actualmente MECA consiste de dieciocho espacios, nueve de los cuales lo integran desde sus inicios. Un año después nació otra agrupación que nuclea fundamentalmente a espacios teatrales: Espacios escénicos autónomos (Escena). Algunos integrantes de MECA también forman parte de Escena: al ser espacios multidisciplinarios, hay teatro en casi todos ellos. A pesar de que su interés primordial siempre fue la promoción de una “Ley de Espacios Culturales” en la Ciudad², MECA sirve en el día a día para cosas tan variadas como comprar hielo en cantidad y así pagarlo más barato, recibir asesoramiento legal en caso de clausura o si se quiere habilitar un nuevo espacio o simplemente conocer gente con las mismas preocupaciones.

En términos de programación, estos espacios (cuya capacidad generalmente oscila entre sesenta y ciento cincuenta personas) ofrecen espectáculos de música en vivo, ciclos de cine, exposiciones de artes visuales, eventos literarios y de poesía. Algunos ofrecen cursos y talleres, otros tienen radios *online* y programan ciclos de charlas-debate. Todos poseen una barra donde se expenden bebidas alcohólicas, que es su principal fuente de ingresos; a veces, acompañado de una cocina con mayor o menor variedad gastronómica.

Como antecedentes de esta escena independiente de los últimos años se puede pensar en los espacios culturales autogestionados surgidos al calor de la crisis de 2001 (Wortman, 2009). Fábricas recuperadas, viejos galpones abandonados, centros culturales barriales, asambleas populares con o sin sede física, todos estos espacios florecieron con actividades más allá de la estricta militancia política entre los años de fin de siglo y comienzos de los 2000, aunque hacia mediados de la década veían cada vez más amenazada su subsistencia por encontrarse muchas veces en casas o predios ocupados (Osswald, 2009: 117). Sin embargo,

² Actualmente (Septiembre de 2014) se encuentran en danza alrededor de cinco Proyectos de Ley distintos en la Legislatura de la Ciudad. MECA ha mantenido reuniones con distintos partidos políticos para cerrar filas e impulsar definitivamente uno de ellos, luego del fallido intento de tratarla como “iniciativa popular” a fines de 2013.

hoy no todos los espacios tienen esa voluntad de transformación política y social explícita.

La investigación de la que se deriva esta ponencia es tanto individual como colectiva. Desde fines de 2011 integro el Grupo de Estudios Culturales del Club Cultural Matienzo³, uno de los espacios de la escena independiente. Nos interesa analizar tanto a los productores como a los artistas y el público, a pesar de que la división sea meramente nominal y los roles se difuminen. Los nuevos modos de gestión cultural, la relación entre dimensiones materiales y artísticas, la distribución de los espacios en la geografía de la ciudad, son algunos de los temas que trabajamos.

Metodológicamente, utilizo aquí fuentes cualitativas y cuantitativas. Las cualitativas son diecisiete observaciones que hicimos en el marco del GECTA, en cinco espacios, totalizando poco más de setenta horas (un promedio de cuatro horas por observación). La observación participante es un método que proviene de la antropología. La tarea del observador/a consiste en ponerse en el “doble lugar” de “participante” y “observador” (Valles, 1997: 150): ver la obra de teatro, por ejemplo, pero al mismo tiempo registrar la dinámica del lugar, sus horarios, las características de los asistentes; y también las interacciones entre *staff* y músicos, músicos y asistentes, etc. Si bien a veces no parecía haber “mucha acción”, el secreto estaba en percibir, como dice Becker (2009: 129) *qué pasa cuando “no pasa nada”*.

Esas observaciones fueron codificadas y volcadas a un Texto único. La codificación, en un primer paso, fue temática: armamos un borrador de “Manual de códigos” a partir de los temas que encontramos inductivamente tras una lectura general de las observaciones. Un tema es “un patrón encontrado en la información (...)”. Un tema puede ser identificado a nivel manifiesto (directamente observable (...)) o a nivel latente” (Boyatzis, 1998: 4). Posteriormente avanzamos hacia la “codificación abierta” (Strauss y Corbin, 2002: 115 y ss.), incorporando “códigos *in vivo*” (como el código “*cosas raras*”, a partir de que un asistente dijo “*acá siempre pasan cosas raras*”) y construyendo categorías abarcativas a partir de fenómenos de menor nivel de abstracción.

Esta investigación también tiene fuentes cuantitativas. En cuanto al público, un espacio, el Club El Almendro, me permitió aplicar una encuesta entre sus asistentes a lo largo de varias etapas. Analizar quiénes eran los asistentes a los espacios independientes fue uno de los mayores desafíos con que me enfrenté en mi investigación. Las circunstancias se presentaban bastante desfavorables: lugares pequeños, de funcionamiento nocturno, en los que eventos artísticos se combinan con una sociabilidad relajada, alentada por bebidas

³ Nombre real. De aquí en adelante, todos los nombres de los espacios han sido cambiados para preservar su anonimato, excepto donde se lo aclare.

alcohólicas y otros estimulantes. Fue difícil que alguien le cediera cinco o diez minutos a un joven investigador-encuestador...

Como primera experiencia, realicé un relevamiento de doce casos en abril de 2012, entre los asistentes a una charla, en soporte papel, autoadministrada. Luego los productores del club me permitieron acceder a las bases de consultas de los cursos del área de “Educación”, en la que constaban datos incompletos e insuficientes pero muy interesantes, pues recogían información de un tipo especial de “público” (aquellos que habían consultado y/o realizado los talleres entre 2010 y 2013); además, eran muchos casos (más de cien). Por último, la fuente de información más completa que tengo sobre el público de la escena independiente es una encuesta que aplicamos en el Almendro entre julio y agosto de 2013 a las personas que se acercaban al lugar todas las noches⁴.

Una limitación de mis fuentes cuantitativas del público es que fueron recolectadas en un solo espacio, de los más de veinte que componen la escena. Reconozco que su representatividad no es estadística, aunque, en mi opinión, el Almendro es un buen parámetro del resto de la escena: como mostré en otra parte (Estravis Barcala, 2014), en términos de precios todos los espacios son similares; su oferta artística es ciertamente más abundante que la de los demás, pero cualitativamente no difiere mucho.

El público del arte

La calificación del público de la cultura independiente, como han analizado los estudios sobre “el público del arte” (Bourdieu y Darbel, 2003; Gibaja, 1964; Heinich, 2003) es muy parecida a la de los mismos artistas. Investigadores como Haans Haacke (1976) o Howard Becker (2008) vienen documentando hace muchos años esta regularidad: “entre el 40 y el 60% del público [*asistente a galerías de arte*] está formado por artistas o estudiantes de arte y (...) los estudiantes conforman entre el 10 y el 15%” (Haacke, 1976, cit. en Becker, 2008: 74). Es interesante el análisis que hace Becker de la presencia de este público:

Dado que estuvieron del otro lado de la línea que separa a intérpretes y creadores de consumidores (...) pueden responder a un trabajo con plena comprensión de lo que se trató de hacer y de cómo hasta un fracaso podría ser interesante. Constituyen el público más comprensivo y benévolo, con el que pueden intentarse los experimentos más arriesgados (Becker, 2008: 74)

Estos “fracasos” interesantes tienen que ver tanto con novedades estéticas como con fallas técnicas: varias veces presencié cómo personas sin conocimientos de audio arreglaban el sonido de un recital, o películas cuyos subtítulos habían sido terminados minutos antes de la

⁴ El cuestionario se puede ver en el “Anexo”.

proyección. El público de la escena independiente está compuesto por personas en su mayoría jóvenes, con estudios superiores en curso o completos y trabajos de poco nivel de formalidad. Su apariencia es cuidada y a primera vista resalta una actitud que el habitué aprende a incorporar, difícil de describir pero relacionada con la contemplación y la autoconciencia: el saberse mirado, en un proceso de aprendizaje de las reglas de conducta para considerarse un miembro pleno de la escena (Frith, 2014: 173; Benzecry, 2012). Veamos esta descripción, tomada de una noche en el Almendro:

Estaba vestida con un jean de tiro mediano, muy elegante y *vintage*, una blusa blanca de esa tela que parece arrugada, también bastante formal, y el pelo muy bien peinado, recogido. Tenía un ligero maquillaje. [Parecía como si viniera de trabajar.] (...) Uno de los chicos vestía bermudas tipo capri (de esos pantalones desmontables) color gris, zapatillas deportivas marca Nike, sin medias, y un buzo liviano *sport* gris, con capucha. El otro tenía una campera que a primera vista parecía de cuero, pero era sintética, de ese material tipo plástico, y con elástico abajo. Usaba anteojos grandes de marco grueso, negro, y tenía barba y pelo negro. La otra chica, por último, tenía el mismo tipo de anteojos que el chico, una remera negra y otra arriba con cuello en V, *jeans* y zapatillas tipo Converse negras (observación n°3, CEA, sábado 22 de octubre de 2011, 20:34 hs)

Esta descripción nos pinta un cuadro de situación. La vestimenta de estos jóvenes connota una posición económica acomodada y una atención a la moda de ese entonces, por ejemplo los anteojos de marco grueso y los buzos livianos (lo que se conoce como “*hipster*”) y las marcas caras y modernas (Nike, Converse).

Ya desde mis primeras visitas a los espacios me llamó la atención la apariencia del público. Tenían un estilo entre descuidado y elaborado. En todos, la extracción social era sin lugar a dudas de clase media o media-alta. Al igual que Hoggart (1969: 20), me pareció adecuado considerar la vestimenta y la forma de hablar como indicadores *proxy* de la clase social de los asistentes.

En los espacios culturales independientes los comportamientos esperados del público son distintos a los observados tanto en otros espacios de sociabilidad y ocio como en instituciones de arte. En esto influyen muchos factores, desde las condiciones socio-económicas hasta las características físicas de los lugares. Tanto o más que las normas sociales –pero más aún en combinación– los lugares “habilitan” o “prohíben” comportamientos y actitudes.

Los hábitos son una constante. Casi todos los productores admiten que hay gente que va a sus espacios con asiduidad. Muchos, incluso, han ingresado así a formar parte de los espacios como productores. Elías lo explicó de manera graciosa: “No te hablo de hábitos, te hablo de ‘macetas’. Te hablo de gente que viene *todos los días* desde hace más de un año.

Todos los días, mucho más que yo” (entrevista n°1, CEA, tres años y ocho meses; el destacado es de él). Georgia también reconoce un “público cereza”, “gente que viene y viene y 'ya sé quién sos', y nos saludan”, pero admite que son pocos (entrevista n°7, EC, siete meses).

La dinámica cotidiana de los espacios es similar a la de una casa (Cuberos *et al.*, 2012). Esto significa que las personas, por ejemplo, dejan sus cosas “sin atender”, como la mochila en el piso. También se da la situación de hablar con desconocidos o el llamado DIY (“*do-it-yourself*”, hacelo vos mismo), un emergente que salió de las observaciones cuando veíamos que muchas de las “necesidades” que en un lugar más establecido serían obvias y demandadas, no son cumplidas por el *staff*. Esto se aprecia en la siguiente observación:

Se me acercó un muchacho de unos 35 años, bien vestido, con una camisa azul oscura a rayas, de manga larga, que me preguntó si el bolso que estaba en el piso era mío y si lo podía correr así arimaba unas sillas. Sí, por supuesto, le dije; me lo pasó y lo puse a mi derecha. El muchacho acomodó las tres sillas que había y acercó una más. Se sentó con otros dos amigos (algo más chicos y menos 'bien vestidos') y al toque vino un cuarto, con dos vasos de ferné. La mesa estaba sucia con colillas de cigarrillo y un poco de derrames de líquidos varios. El de la camisa la limpió con una servilleta de papel que había, tirando las colillas al suelo [con un gesto de asco]. Le pidió al que había llegado con los fernés que buscara más servilletas. Trajo, de la barra, y completaron la ‘limpieza’ (observación n°2, CEA, jueves 20 de octubre de 2011, 22:50 hs)

Esta es una típica situación en que la limpieza es procurada por los mismos asistentes y no por el personal. Hay una aceptación tácita del público de la escena, que les enseña cómo son las cosas y qué se puede pedir y qué no.

La coexistencia de público y artistas (lo que llamo “borramiento de roles”) también tiene características hogareñas.

Se venía llenando, por ejemplo dos chicas bastante bien vestidas y peinadas, maquilladas, lindas zapatillas, con morrales de cuerina con diseños nortños, se sentaron en el piso a mi derecha. (...) [Las bailarinas de tap que harían el espectáculo esa noche] sacaron sus bandejas de madera y se acomodaron en el centro del escenario, para lo cual algunos que estaban sentados en el piso se tuvieron que correr. Entre ellos, las dos chicas finas a mi lado, una de las cuales le dijo a una bailarina: ‘¿Te molesto acá?’ ‘Noo, todo bien,’ respondió con una sonrisa (observación n° 16, EC, viernes 5 de octubre de 2012, 22:20 hs)

En esta observación, el público se relaciona con las artistas no tanto con el respeto reverencial típico de las grandes figuras históricas o del *show-business*, sino como lo harían con un “amigo” o “colega” que está compartiendo ese momento y lugar con ellos.

Una mirada cuantitativa

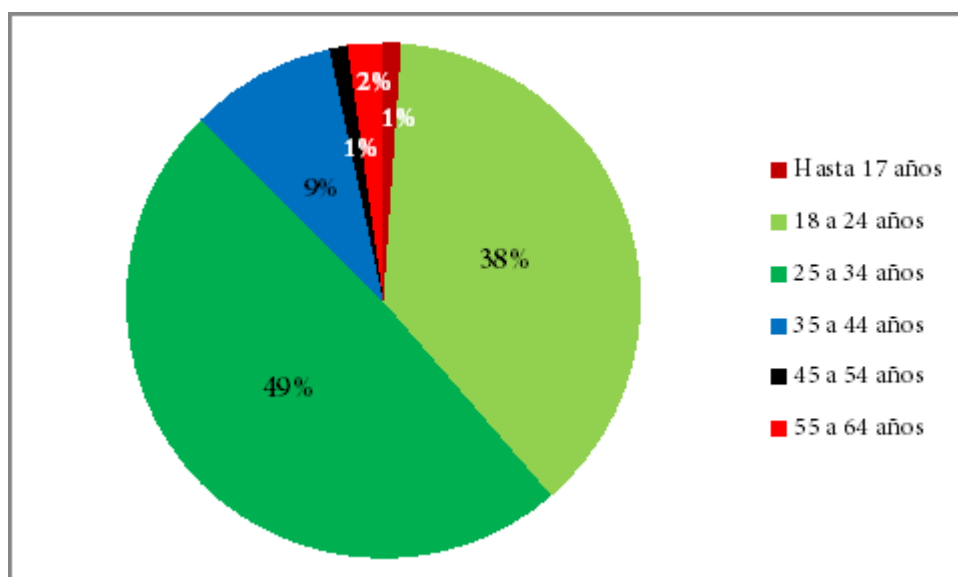
El público de los espacios culturales independientes es muy parecido a los productores y a los artistas. Como veremos más adelante, el “borramiento de roles” es una característica de esta escena y me fue imposible “controlar” la superposición, en caso de que un miembro del público fuera músico o actor. Aún si hubiera podido, el desarrollo del campo mostró que habría sido incorrecto buscar al “público puro”, ese asistente que no es ni artista ni productor.

En esta sección analizo el público del Club El Almendro, compuesto de dos conjuntos: por un lado, los estudiantes de los talleres, y por el otro, los asistentes al espacio. Hace más de tres años este club ofrece propuestas de lo más variadas, desde Tango y Salsa hasta Apreciación de cine experimental. En cuanto a los asistentes, es la fuente más interesante que tengo: una encuesta al público que relevé en distintas etapas, entre abril de 2012 y agosto de 2013. También incorporo datos de las páginas de Facebook del Almendro, El Arce, El Cerezo y La Araucaria.

Edad y género

El público de la cultura independiente es un público joven, como los productores. Según todas mis fuentes más del 80% de las personas que visitan estos lugares tienen menos de 35 años. Seis de cada diez son mujeres.

Gráfico 01. Edad de los asistentes al CEA (agrupada) (en porcentajes).



Fuente: Encuesta público CEA 2012-2013, elaboración propia. N = 88 (una persona no puso su edad).

Más de la mitad del público de estos espacios tiene entre 25 y 34 años (el promedio de edad de los productores del Almendro era 27 años). Casi 9 de cada 10 asistentes tienen menos de 35 años. Entre los estudiantes de los talleres 2012-2013 las cifras son iguales: un 86,3% tienen

menos de 35 años (datos no presentados). Con estos datos a la vista, se puede afirmar sin lugar a dudas que la cultura independiente es una escena joven.

Trabajo

Un 50% de los estudiantes de los cursos del Club El Almendro trabaja con horarios fijos (media jornada o jornada completa) y el otro 50% no trabaja o trabaja manejando sus propios horarios (*freelance*). Entre los asistentes el porcentaje de trabajadores con horarios fijos es mayor (59%), y es más acentuada la diferencia en los trabajadores de jornada completa (38% contra 27% de los estudiantes).

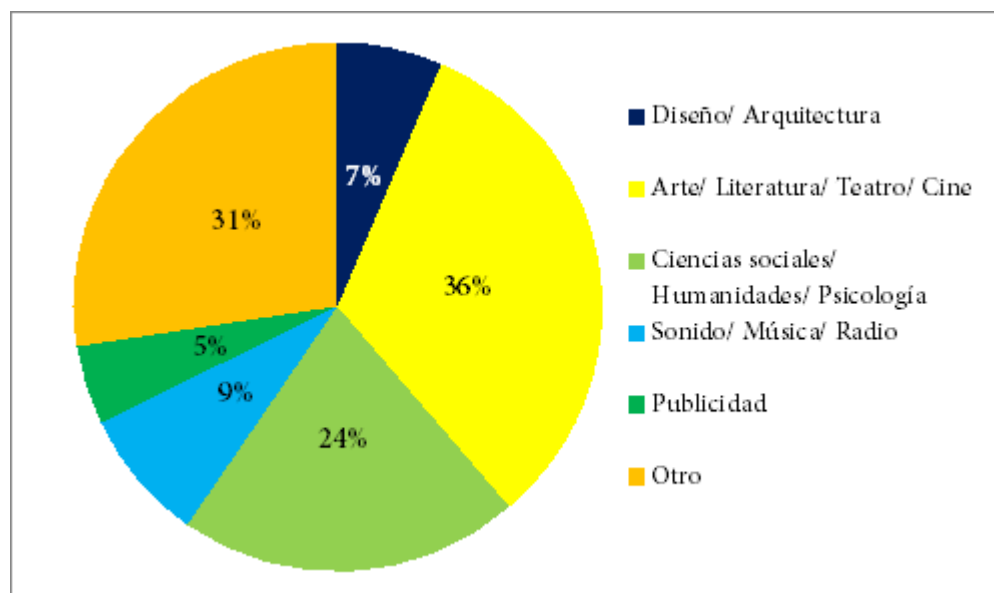
Ahora bien, ¿de qué trabajan estas personas? Es bastante variado el rango de ocupaciones. Casi un 30% de los asistentes que trabajan lo hacen en rubros artísticos o creativos: una editora audiovisual, una periodista en una revista virtual de música *indie*, una correctora en una editorial, un músico que trabaja como ingeniero de sonido en un teatro, una directora teatral. Otro 33% lo componen profesionales varios: arquitectos, ingenieros, una bióloga, un abogado, varios en sistemas. El restante tercio abarca docentes de diversos niveles y disciplinas (9%), puestos no calificados como camareros o empleados en boleterías de cine (16%) y otros trabajos *freelance*.

Educación

Tanto entre los asistentes como entre los estudiantes de talleres del Club El Almendro, el nivel educativo es elevado, de manera similar a lo registrado entre los productores⁵. Nueve de cada diez alcanzaron el nivel Terciario o Universitario (completo o incompleto). Si consideramos solo los Universitarios, tres de cada cuatro asistentes alcanzaron ese nivel (completo o incompleto).

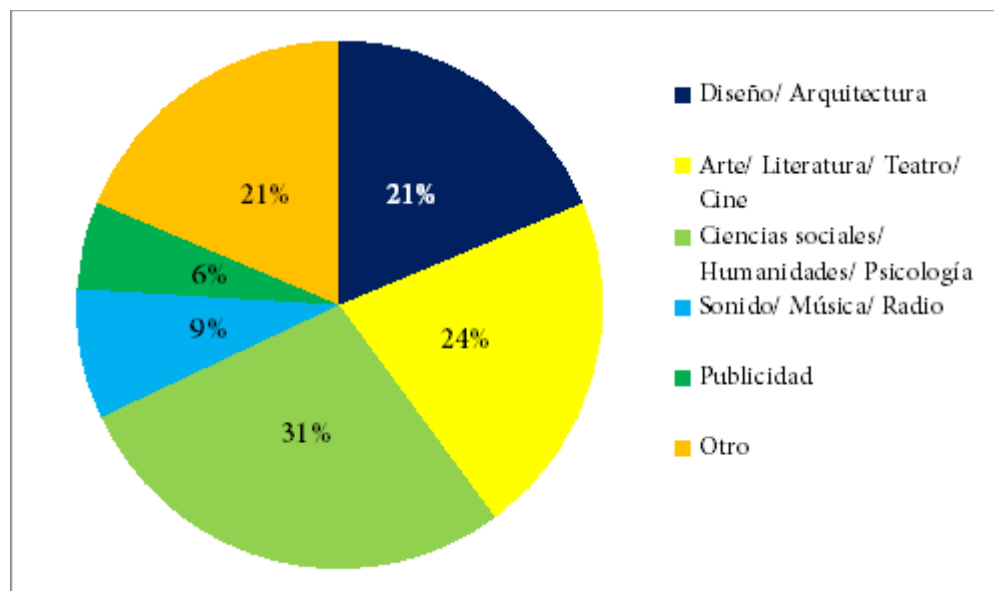
⁵ El 64% de los productores del CEA tenía una educación universitaria completa o en curso. En cuanto a las áreas de estudio, las más numerosas son las artísticas (desde Artes combinadas o Actuación, en el CIC, el IUNA o la UBA) y las ciencias sociales y humanas (Antropología, Gestión cultural, Comunicación).

Gráfico 02. Áreas de estudio de los asistentes al CEA (agrupadas) (en porcentaje de casos)



Fuente: elaboración propia. Los porcentajes suman más de 100% porque algunos estudiaron más de una carrera. N = 62

Gráfico 03. Áreas de estudio de los estudiantes de los talleres del CEA (agrupadas) (en porcentaje de casos)



Fuente: elaboración propia. N = 45

En cuanto a las áreas de estudio, un 36% de los asistentes ha seguido carreras relacionadas con el arte, la literatura, el cine y el teatro; entre los estudiantes, ese porcentaje se reduce a la mitad. Esto puede deberse a la naturaleza de las actividades nocturnas del Club El Almendro, que siempre involucran algo de arte, mientras que los cursos y talleres son de perfil más

variado (desde “Stand-up comedy” hasta Tango, Encuadernación o Tejido).

Entre los estudiantes, un 36% siguió carreras de Ciencias sociales, Humanidades o Psicología, porcentaje que se reduce a 24% entre los asistentes. Las carreras de Diseño y Arquitectura son más fuertes entre los estudiantes de los talleres, quizás más interesados en formarse extra-curricularmente en esas áreas.

Motivos

Preguntados por los motivos de su visita, los asistentes al Club El Almendro contestaron tanto por motivos artísticos (exposiciones, lecturas) como de ocio (tomar algo, “pasarla bien”). El motivo que más frecuencias registra es “Recitales” (37%): la música es la actividad más rentable no solo del Almendro, sino de todos los espacios, y la que más días de programación tiene por semana. En segundo lugar están varios motivos que agrupé bajo la etiqueta “Tomar algo / fiesta / cumpleaños”, con un 24% de los casos: las personas escribían, por ejemplo, “Me encanta la terraza”, que es un espacio del CEA en el que hay una barra, está al aire libre y se puede fumar.

Es interesante la distinción entre los que fueron encuestados en días de la semana y los de fin de semana. Si bien la pregunta no apuntaba a por qué había concurrido en esa ocasión (si ya conocían el lugar, se les preguntaba por qué concurrían en general), hay un mayor porcentaje de respuestas ligadas al ocio los fines de semana que los días de semana: un 31% dice que va a “tomar algo” o una “fiesta” los fines de semana, contra un 18% de los días de semana. Los recitales también registran más menciones como motivo los fines de semana (44% vs. 31%). Los consumos culturales más “serios”, más “artísticos” (películas, presentaciones de libros, cursos y talleres) directamente no registran menciones entre los asistentes de fin de semana.

Ocio

¿Qué es el ocio? En términos de Roberto Igarza,

[existen] dos paradigmas que permitirían interpretar al ocio desde perspectivas opuestas. Por una parte, el paradigma liberal-consumista que asocia al ocio con el tiempo de descanso, de liberación del trabajo, y vincula al tiempo libre con el consumo. Desde este paradigma se naturaliza la mercantilización creciente de cualquier experiencia humana tanto en lo relativo a los bienes, cuanto a los servicios, e inclusive, las relaciones humanas. Por otra parte, habría un paradigma creativo-cultural que relaciona el tiempo libre con la integración de valores y procesos provenientes de la educación, la creación y la cultura, es decir, se interpreta al ocio como un eje vertebrador de la sociabilidad” (Igarza, 2009, cit. en Barboza, 2012: 22)

Estos paradigmas hacen referencia a los dos ejes en tensión mencionados arriba, aunque entrelazados. El paradigma “liberal-consumista” de Igarza parecería estar cerca de nuestro primer eje: la escena independiente como un conjunto de espacios en los que uno puede “relajarse” o “pasarla bien”, como decían algunos en la encuesta, ligado al consumo de tragos o comida. El otro paradigma, el creativo-cultural, ve al ocio como sociabilidad: construir una nueva manera de “hacer cultura”, en palabras de los productores, lo cual lo acercaría a ese primer eje; pero también entraría la misión de difundir expresiones artísticas alternativas, lo que entraría en el segundo eje de la cultura independiente porteña, el ligado al arte.

Al recapitular los temas tratados hasta ahora se perciben dos polos de un continuo: *arte y ocio*. Lugares representativos de esos extremos serían un museo, por el lado del arte; y un boliche bailable, por el lado del ocio. Tanto los productores como el público y los artistas, como muestro en otro trabajo (Estravis Barcala, 2014), frecuentan ambos circuitos al tiempo que intentan separarse material y simbólicamente de ellos para construir, en el medio, un nuevo nicho: el de la cultura independiente.

Alcohol, comida y demás

La escena independiente brinda la posibilidad de comer o “tomar algo” –el eje “liberal-consumista” del ocio, según Igarza (2009)– mientras se disfruta de la oferta artística –el eje “creativo-cultural”–. El público valora mucho esta conjunción, como pude apreciar en una ocasión de ruptura.

Hubo un espacio cultural que cambió sus normas tras reformar la sala de teatro. De la habitación de treinta metros cuadrados con gradas apiladas y capacidad para veinticinco espectadores pasaron a un auditorio con sesenta butacas de cuero, piso para danza y demás comodidades. Para ello, implementaron una política de “no-comida-ni-bebida” en el espacio, cosa que sí se podía hacer antes de la reforma. En la pausa de una de las primeras funciones en el nuevo espacio presencié la siguiente controversia:

Una chica fue al teatro y se quejó porque no la dejaban comer pizza adentro. Se puso a discutir con Nuria (que estaba medio sacada) y Gema (un amor, como siempre)⁶. [La chica] les dijo “antes lo que estaba copado [de este lugar] era que podías venir a mirar una peli mientras te comías una pizza, ahora cambiaron...” (...) Las chicas le comentaron que estaba cambiando todo porque era muy grande el nuevo lugar y había que cuidarlo (...) “Pero me parece importante que no pierdan la esencia, que es algo que acá pasó” con lo de la pizza, agregó la chica. Nuria y Gema le explicaron de las butacas, las manchas, etc. Gema dijo “la esencia capaz está tardando un poco en llegar, pero te aseguro que va a estar” (...) “Sí, está buenísimo eso, pero te lo digo porque yo laburé en la AGC y me fui porque estaba cansada de que pasaran estas cosas, que los lugares copados

⁶ Nuria y Gema eran dos productoras del espacio.

terminan convirtiéndose en algo así, porque te aseguro que todo esto [*el lugar renovado*] lo pusieron para ajustarse a esas leyes y esas reglas que cagan todo” (Nota de campo, 10 de octubre de 2013)

Las personas que visitan estos lugares, se puede ver, reflexionan sobre las características que, para ellos, deberían tener los espacios culturales “copados”. En el caso de esta chica, además, se agrega el hecho de que había trabajado del otro lado del mostrador, en la AGC. Como exploré con más detalle en otra parte (Estravis Barcala, 2013), este órgano controlador marca en mayor o menor medida el rumbo de los espacios independientes de la Ciudad. Ella concluyó, tras el episodio de “cambio de esencia”, que el Gobierno había ganado la partida transformando a un lugar “copado” en un mero reproductor de las normas de seguridad “oficiales”.

Eso también me llamó la atención una vez que fui a El Tilo en septiembre de 2013. Estaba con una amiga en el patio, donde está permitido fumar, y un muchacho al lado nuestro prendió un cigarrillo de marihuana. Una de las meseras se acercó alarmada y le dijo: “eh, disculpá, no se puede fumar porro acá”. Él la miró con cara extrañada, al igual que mi amiga y yo: era como si en una cancha de fútbol prohibieran gritar los goles. “Sí, no sé, yo entré a trabajar hace unas semanas nomás, me dijeron que no se podía”. Ahí le explicamos que nosotros frecuentábamos El Tilo hacía años y que nunca habíamos visto esa restricción. Días después hablé con otro de los encargados del espacio y me contó que un día habían recibido una inspección, justamente, de la AGC, que los había clausurado por una nimiedad y desde entonces habían cambiado algunas cosas, como controlar el tema de no fumar en el interior del salón y no fumar porro en todo el espacio (también se estaban manejando a puertas semi-cerradas: de vez en cuando el chico de la puerta bajaba, miraba “quiénes estaban” y, si no parecían ser inspectores, los dejaba subir)⁷.

La relación con las drogas es extraña. Los productores aceptan que se consuman algunas. Tobías, del Club El Almendro, una vez me dijo “que el porro él lo acepta ‘pero si veo alguien tomando merca lo echo’”. Me llamó la atención esta distinción y discutimos un rato “sobre los valores sociales asociados a las drogas. ‘El personal toma merca’, también dijo” (nota de campo, 9 de mayo de 2012). Me pareció entonces que esta distinción valorativa entre tipos de drogas se enmarcaba en la atmósfera de “respeto” que Elías percibía en el público del CEA: personas cuya ética personal estaría guiada por la máxima de “no joder al otro”.

Misterio, interés y borramiento de roles

⁷ En octubre de 2014, hablando informalmente con una ex - trabajadora de El Tilo, me enteré de que episodios como este habían empezado cuando Germán, uno de los fundadores, a quien entrevistamos, se asoció con un señor más grande que provenía de la gastronomía. Al nuevo socio, me dijo esta chica, no le parecían bien estas “libertades” en su local; Germán, que también necesitaba una mirada más “adulta” para seguir, lo aceptó.

Muchas personas que frecuentan los espacios independientes están interesadas en su funcionamiento interno. En mis observaciones y en mi Diario de campo constan innumerables comentarios y charlas sobre cómo se mantienen económicamente, su historia, la tenencia del local (si es alquilado o propio) y, en muchos casos, “cómo hago para meterme”.

Algunos incluso dieron un paso más allá y, luego de conocer algún espacio, decidieron avanzar con antiguas ideas de poner el propio, como Brian:

¿Qué cosas tenía que tener [el espacio] cuando buscabas?

Es una buena pregunta. Yo había ya ido a las charlas *[sobre habilitación de espacios culturales que daba el fundador de uno de los espacios de MECA]* (...) Ya tenía la idea de un lugar, de abrir un lugar, pero los direccionamientos esos, la regulación municipal, incluso me influyeron sobre la zonificación donde tenía que estar la casa (entrevista nº 4, CC, cinco meses)

En este tipo de comentarios se ve cómo en el paso de público a productores también actúan los condicionamientos estructurales: la zona en que instalarse iba a influir en el tipo de producción cultural que iría a alojar.

En algunos casos, los productores de la escena también son artistas y deben negociar sus roles según el lugar y momento en el que se encuentren, como hablaba una vez con Elena del Club El Almendro:

Elena dijo que cuando se planteó en *[su taller de videoarte]* la posibilidad de hacer la muestra en el Almendro a ella le pareció raro. “No terminé de decidirme, porque si estoy, ese día voy a tener que hacer otras cosas” (...) Pero ese día les decís a los chicos que vos vas a estar como artista, le dije. “Sí, obvio, ya lo hice eso. Pero viste cómo es, que venís a ver una obra o a charlar con un amigo y de repente estás parado arriba de una silla enchufando un proyector. Porque es así...” (nota de campo, 31 de julio de 2013)

Elena tendría que participar ese día tanto en su carácter de “artista” como de productora o incluso “personal de apoyo”, ya que el club era “su casa” y no una simple sala de exposiciones. Todos participarían de ese trabajo colectivo, pero Elena prefería exponer en un espacio en el que sólo fuera artista (Becker, 2008).

El borramiento de roles muchas veces empieza por el público. En muchos espacios los productores empezaron siendo público y decidieron “acercarse”, “formar parte” o “colaborar” desde algún área en particular. Los productores de La Araucaria lo explicaban así:

Palo: Toda la gente que empezó a trabajar acá o a ayudar, a dar una mano, lo que sea, tenga muchísima responsabilidad o muy poquita, en algún momento fue una persona que vino a disfrutar de una banda o amigos nuestros de otro lugar de la vida, a venir a tomar algo, a comer algo (...) y por encontrar el lugar copado siguió viniendo y finalmente fue “che, estaría bueno que pases de este lado, a colaborar de otra manera”. (...) Ha pasado también que ellos digan “che, tengo ganas de sumarme o hacer tal cosa”, como fue las chicas de Aurelia: es el ejemplo

más claro (...)

Mario: Sí. Simplemente eran habitués que un día empezaron a lavar los vasos, a ordenar las mesas y a decirnos “bueh, listo, mañana laburás, por favor” (*risas*) (entrevista n° 6, LA, un año y cinco meses)

El caso de Aurelia es muy interesante. Así lo explicaba Palo:

Hay un grupo de amigas, habitués del lugar (...) Nosotros veníamos organizando exposiciones cada tanto, al voleo, y un día vieron una muestra que, la verdad, les pareció que le faltaba más trabajo como propuesta, y propusieron hacerse cargo de la sala de exposiciones. Y a partir de ahí le pusieron un nombre: como eran todas mujeres le pusieron un nombre de mujer, Aurelia, y a partir de ahí se vienen encargando ellas (entrevista n° 6, LA, un año y cinco meses)

Desde entonces, octubre de 2012, estas seis chicas se vienen encargando de gestionar la sala de arte con pequeñas exposiciones de artistas emergentes que se renuevan cada quince o veinte días.

El borramiento de roles también aparece en las investigaciones citadas sobre la ciudad de México. Dicen los autores:

Aprender a convertir una fiesta de amigos en un espacio de trabajo y gestación de proyectos y caminar entre varios roles, de amigo a colaborador, de allí a capital social y vínculo para otros escenarios; ir a la inauguración de una exposición para encontrar los contactos sociales necesarios para llevar a cabo sus proyectos artísticos o editoriales (García Canclini y Urteaga, 2012: 190)

¿Quiénes creen que son?

Ahora bien, más allá de las anécdotas y los análisis cuantitativos, los productores tienen sus propias ideas acerca de quiénes constituyen el público de sus espacios. La expresión que más registré en mis entrevistas fue “hay de todo”, aunque acto seguido profundizaban más en ciertas líneas de similitud con las que vimos arriba (edad, educación, etc.) Estas ideas, a su vez, marcan el rumbo de la programación y de la identidad que construyen para los espacios.

En El Tilo reivindican que va “gente muy pequeñita, gente muy grande de edad y de alma, de querer venir acá, no importa la edad, no importa lo que haya [de programación]” (entrevista n°3, ET, un año y once meses). Lina pensaba que “la gente que va al Almendro va a El Tilo, y va a El Pacha y a Vinilo⁸. [Y] la gente que viene acá también va a El Tilo y va al Almendro” (entrevista n°2, LH, un año y cinco meses). Germán justamente me decía que “una característica de este lugar es la calidad de la gente que viene. Nosotros como... *llamamos a esa gente*” (entrevista n°3, ET, un año y once meses; el destacado es de él). Gente que conoce los “códigos” y no causa problemas; un público “respetuoso”, según Elías (entrevista n°1, CEA, tres años y ocho meses). Son personas que llegan a estos espacios buscando “escapar de la

⁸ El Pacha y Café Vinilo (nombres reales) son dos espacios culturales de la ciudad, el primero más informal y de programación variada, el segundo más establecido y comercial, con abundante música en vivo.

lógica de ir a un boliche o de ir a un bar (...) a tomar una birra por cuarenta mangos, cincuenta mangos⁹,” según Antonio de La Araucaria (entrevista n°6, un año y cinco meses).

Georgia de El Cerezo y los chicos del Cedro Club fueron quienes más claramente se expresaron sobre la extracción de clase que, como vimos en la encuesta, comparte este público internamente y, a la vez, con los productores. Los del Cedro Club piensan que el “estrato social” del público es “clase media, en principio” (entrevista n°4, CC, cinco meses). En palabras de Georgia:

No sabría tampoco cómo definirlo [*al público*] porque hay de todo, pero, qué sé yo, gente supongo con un nivel sociocultural parecido al que tenemos nosotros, estudios de no sé qué, gente que le interesa el arte (...) yo qué sé. “Clase media”, si querés, media, media-alta, no sé (entrevista n° 7, EC, siete meses)

El público representa el “objeto de deseo” de los productores básicamente por dos razones. Por un lado, al hablar de lo “artístico” los productores exhiben un discurso de inflexiones pedagógicas. Están convencidos de que cuanta más gente venga, cuantas más personas conozcan a los artistas que allí se expresan, viviremos en una sociedad mejor, más justa, llena de amor y amistad. Por otro lado, al pensar en el “ocio” saben que son estas personas las que sostienen económicamente todo lo que se hace (fundamentalmente por medio de la barra). Así lo pensaban los muchachos de La Araucaria:

Antonio: Con este lugar lleno, yo sé que (...) es financieramente viable.

Palo: Claro, claro. Se trata de eso.

Y la pregunta sería: ¿por qué no están llenos los lugares [*independientes*]?

P: Bueno, pero tiene que ver con muchas cosas...

A: Hubo muchas persecuciones...

P: ... cuando vos pensás en La Araucaria y pensás en un lugar que eventualmente viernes o sábado te puede meter unas setenta-ochenta personas, cien, ciento veinte, las que fuera, pero también podés pensar en un lugar como el Club El Almendro que es un lugar que está abierto de lunes a lunes y tenés actividades de día, de noche, en todo momento y no vas a tener siempre cien personas...

A: Pero podés tener doscientas... (entrevista n°6, LA, un año y cinco meses)

Este diagnóstico apareció repetidas veces: la solución, coinciden la visión “artística” y la de “ocio”, es estructural: aumentar ese público (o construirlo). Pero también una expansión horizontal: que haya más lugares como el Club El Almendro, que puedan recibir a doscientas personas. Sin embargo, la primera reacción de Antonio es culpar a las “persecuciones” y, en segundo lugar, poner como modelo nuevamente el caso del Club El Almendro.

Asociación: ¿existe la escena independiente para el público?

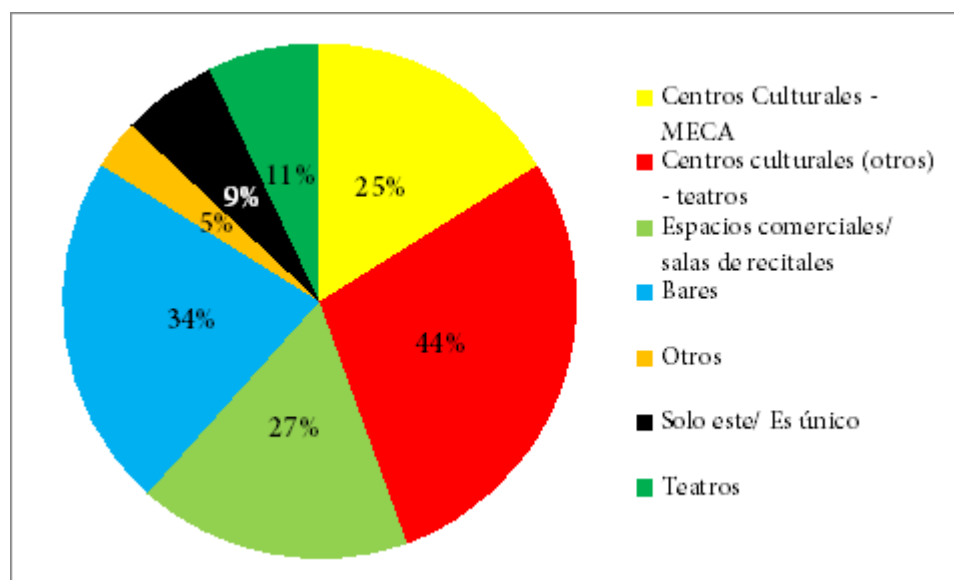
Por último, más allá de la voluntad de productores y artistas de construir una escena me

⁹ En el momento de la entrevista con Antonio, una cerveza en LA salía veinticinco pesos.

interesaba investigar si el público que frecuenta los espacios independientes comparte este compromiso hacia lo alternativo. En una ciudad “con tanto agite”, como me dijo Patti, una música con más de diez años de trayectoria en la escena, es necesario el compromiso de todas las partes para crecer.

En la encuesta incluí una pregunta abierta consultándole al público qué otros lugares frecuentaban y qué lugares les resultaban parecidos al Club El Almendro. Agrupé estas preguntas en una sola y codifiqué las respuestas en cuatro grandes categorías y tres casi residuales.

Gráfico 04. Qué otros lugares frecuentan además del (o le resultan parecidos al) CEA (agrupadas) (en porcentaje de casos)



N=64 encuestados / 99 respuestas. Los porcentajes suman más de 100% porque hubo encuestados que respondieron más de un lugar.

Parece haber una asociación entre el Club El Almendro y los “centros culturales” (sean o no de MECA): un 69% de los encuestados mencionó alguno entre los otros espacios que visitan y/o que asocian con este. Sin embargo, un 61% también mencionó espacios comerciales, salas de recitales y bares (por ejemplo La trastienda, Niceto, Groove, Salón Pueyrredón o los bares El álamo o Soria).

Al compararlo con los otros integrantes de la escena, esta visión está más cerca del comportamiento de los artistas que del de los productores. Los músicos, actores y artistas visuales alternan entre espacios independientes, teatros, salas comerciales y bares para “llegar a fin de mes”; mientras que los productores sostienen una división tajante entre la cultura alternativa/ independiente y la comercial, casi afirmando que “*eso no es*” cultura (Becker, 2009: 204). No creo que esta diferencia de criterio sea fatal para la supervivencia de una

escena que, históricamente, se acostumbró a vivir frente a la adversidad. Pero ciertamente es un límite a sus posibilidades de crecimiento, pues si los cientos de miles de personas que fueron a ver a Roger Waters a la cancha de River en marzo de 2012 frecuentaran los espacios culturales independientes estaríamos contando otra historia.

Conclusión

Los datos analizados en esta ponencia parecen indicar que el rol principal de los asistentes a los espacios culturales es sostener económicamente las actividades artísticas que allí se realizan mediante la inversión en ocio (básicamente, comida y bebidas alcohólicas).

Desde el punto de vista de los productores, esto se muestra como una tensión: por un lado, la voluntad de construir un espacio de encuentro, de sociabilidad y esparcimiento, de comunión entre productores, fundamentalmente, pero también con los artistas y el público (aquí cabe la comparación con experiencias históricas como “Belleza y felicidad”, *cfr.* Montequín, 2003); y por el otro, la creación de un espacio de exhibiciones de arte, música en vivo y demás expresiones artísticas que –según reza el discurso– no tienen lugar en otros escenarios.

El segundo impulso fue el que mencionaba Brian cuando decía que “la cultura la hacemos entre todos, también el que no toca nada (...) y está acá, también decir ‘yo apporto mucho’ ” (entrevista n°4, CC, cinco meses). Su contribución es tanto “estar acá” –contribuir al crecimiento de la escena en público– como económico, ya que quienes van y “no tocan nada” lo que hacen es comer algo o tomar unas cervezas. Los atraen ambos aspectos de la cultura independiente (la comunidad de pertenencia y el entorno ocio-artístico alternativo), pero participan más pasivamente en su conformación. Según qué productor nos cuente la historia, elegirá enfatizar uno u otro aspecto del rol del público.

BIBLIOGRAFÍA:

- BARBOZA, R. (2012) *Cultura Mediática. De la cultura urbana al ambiente mediático*. Tesis de Licenciatura en Comunicación Social, UN de Cuyo, inédita. Digital [Disponible online en http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/4645/tesisbarboza.pdf Consulta: 8 de marzo de 2014]
- BECKER, H. (2009) *Trucos del oficio. Cómo conducir su investigación en ciencias sociales*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- o _____ (2008) *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico*. Bernal, UNQ.
- BENZECRY, C. (2012) *El fanático de la ópera. Etnografía de una obsesión*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- BOURDIEU, P., & DARBEL, A. (2003) *El amor al arte. Los museos europeos y su público*. Barcelona, Paidós.
- BOYATZIS, R. (1998) *Transforming Qualitative Information: Thematic Analysis and Code Development*. Thousand Oaks, Sage [Traducción resumida del inglés al español por Cecilia Fraga, Valeria Maidana, Diego Paredes y Lorena Vega (2007), “Documento de Cátedra” n°41 para Metodología de la investigación social (cátedra Ruth Sautu), Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Disponible en <http://www.scribd.com/doc/25860233/DC-41-Boyatzis-1998?secretpassword=83na1wouzxfrzslwa> . Consulta: 20 de febrero de 2014.]
- CAROZZI, M. J. (2009) “Una ignorancia sagrada: aprendiendo a no saber bailar tango en Buenos Aires”. *Religião e Sociedade*; 29: 126-145.
- ESTRAVIS BARCALA, J. C. (2014) *El entre-nos de la cultura. Condiciones estructurales y producciones simbólicas de la escena cultural independiente de la ciudad de Buenos Aires (2008-2013)*. Tesis de maestría inédita. Universidad Nacional de General Sarmiento – Instituto de Desarrollo Económico y Social. Digital.
- o _____ (2013) “ ‘Cromañón estaba habilitado y se murieron doscientos pibes’. Relación con el Estado y clandestinidad en los espacios culturales independientes de la ciudad de Buenos Aires”. Ponencia presentada en las I Jornadas de Sociología de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNCuyo. 9-10 de mayo.
- o CUBEROS, J., ESTRAVIS BARCALA, J. C., ROSSI, G. y SINGERMAN, M. (2012) “Las dinámicas de un espacio cultural independiente en la Ciudad de Buenos Aires: el Club Cultural Matienzo”. Ponencia presentada en las VII Jornadas de Sociología de la UNGS. 24-25 de abril.
- FRITH, S. (2014) *Ritos de la interpretación. Sobre el valor de la música popular*. Buenos Aires, Paidós.
- GALLO, G. y SEMÁN, P. (2009) “Superficies de placer: Sexo, religión y música electrónica en los pliegues de la transición 1990-2010”. *Cuestiones de Sociología* 5-6:

123-142.

- GARCÍA CANCLINI, N. y M. URTEAGA (2012) “Estrategias creativas: entre precariedad y redes”. En *Cultura y desarrollo. Una visión crítica desde los jóvenes* (pp. 189-206). Buenos Aires, Paidós.
- GIBAJA, R. (1964) *El público del arte*. Buenos Aires, Eudeba.
- HAACKE, H. (1976) *Framing and being framed: 7 works 1970-75*. Nueva York, New York University Press.
- HEINICH, N. (2003) *La sociología del arte*. Buenos Aires, Nueva Visión.
- HOGGART, R. (1969 [1957]) *The uses of literacy*. Londres, Penguin.
- IGARZA, R. (2009) *Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires, La crujía.
- LENARDUZZI, V. (2012) *Placeres en movimiento: cuerpo, música y baile en la escena electrónica*. Buenos Aires: Aidos.
- MONTEQUÍN, E. (2003) “Estertores de una estética (minutas de un observador distante)”. *ramona*; 31: 34-40.
- NAZER, H. y MORETTA, L. (1997). Nuevas formas de acción cultural. En A. WORTMAN (ed.) *Políticas y espacios culturales en la Argentina* (págs. 147-173). Buenos Aires, Oficina de publicaciones del CBC.
- OSSWALD, Denise (2009) “Espacios culturales en la Argentina post 2001. La cultura como trabajo” en Wortman (2009), *op. cit.* (págs. 91-119).
- SILBA, M. (2010) *Vidas plebeyas: cumbia, baile y aguante en jóvenes del Conurbano*. Tesis de Doctorado inédita. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Impresa.
- STRAUSS, A. y J. CORBIN (2002) *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín, Editorial Universidad de Antioquía.
- VALLES, M- S. (1997) *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid, Síntesis.
- WORTMAN, A. (2009) *Entre la política y la gestión de la cultura y el arte. Nuevos actores en la Argentina contemporánea*. Buenos Aires, Eudeba.

ANEXO

Cuestionario

*Público*¹⁰

1. Si ya conocías el CEA, ¿para qué dirías que venís, generalmente? Si es la primera vez, ¿para qué viniste hoy? (ABIERTA)
2. ¿A qué otros lugares solés ir a hacer esas actividades que mencionaste? (ABIERTA)
3. ¿Qué lugares te resultan parecidos al CEA? (ABIERTA)

Unas preguntas sobre vos.

4. ¿Qué edad tenés? (REGISTRAR EDAD EXACTA)
5. ¿Por dónde vivís? (ABIERTA)
6. ¿Qué estudios alcanzaste/ estás estudiando?
 - a. Posgrado
 - b. Universitario completo
 - c. Universitario incompleto o en curso
 - d. Terciario (completo o incompleto)
 - e. Secundario completo *Pasar a 8*
 - f. Secundario incompleto o menos *Pasar a 8*
7. ¿Qué estudias/ estudiaste? ¿Dónde? (ABIERTA)
8. ¿Trabajás?
 - a. Sí, Jornada completa (entre 7 y 9 horas diarias)
 - b. Sí, Media jornada (entre 4 y 6 horas diarias)
 - c. Sí, organizo mis propios horarios laborales/Freelance
 - d. No *TERMINAR*
9. ¿De qué trabajás? ¿Dónde? (ABIERTA)

Muchas gracias! Si querés recibir información sobre las investigaciones, dejanos tu mail:

¹⁰ La encuesta de público fue aplicada tanto por mí personalmente como autoadministrada. En estos casos, muchos integrantes del CEA que trabajaban esas noches me hicieron el favor de dárselas al público, explicarles en qué consistía el estudio y archivarlas para que yo las recogiera luego. Mis agradecimientos a todos ellos.